

5. Шматков, Р. Н. Социально-философский анализ проблемы качества высшего юридического образования в современных условиях / Р. Н. Шматков, М. Н. Шматков // Философия образования. – 2009. – № 4. – С. 174–178.

Шмигирилова Л.Н.,  
г. Белгород

## КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТЬ ВУЗА КАК ОБЪЕКТ МОНИТОРИНГА\*

В условиях современных тенденций развития российского высшего образования, а также мировой тенденции глобализации особую важность и актуальность приобретают вопросы качества и конкурентоспособности профессионального образования, имеющие определяющее значение для успешного развития России.

Согласно Р. Фатхутдинову, конкурентоспособность вуза – это его способность: 1) готовить специалистов, выдерживающих конкурентную борьбу на конкретном внешнем или внутреннем рынке труда; 2) разрабатывать конкурентоспособные новшества в своей области; 3) вести эффективную воспроизводственную политику во всех сферах своей деятельности [1]. При этом механизм управления конкурентоспособностью вуза состоит из следующих взаимосвязанных компонент: миссия вуза, его связи с внешней средой, инструменты новой инновационной экономики, применение которых может обеспечить конкурентоспособность вуза, принципы, функции и методы управления.

Конкурентоспособность вуза является основой для достижения конкурентоспособности образовательных услуг. В России, как и во всем мире, происходит коммерциализация образования. Образование становится услугой, которая имеет все необходимые свойства товара и, следовательно,

как любой объект рынка, оценивается. Поэтому фактически каждый вуз, предоставляя образовательные услуги потребителям (абитуриентам, студентам, родителям, работодателям и пр.), включен в некую систему соперничества с другими образовательными учреждениями за право найти своего покупателя (потребителя) и за возможность эффективно функционировать на рынке.

Конкурентоспособность вуза – это его способность быть выделенным среди других высших учебных заведений в силу наилучших социально-экономических показателей, таких как качество обучения, цена, формы и методы обучения, условия, месторасположение, престиж, реклама и др. Открытие любого вуза, специальности, новой образовательной услуги, а также выбор маркетинговой стратегии требуют тщательного изучения и анализа конкурентной среды.

В этой связи одним из важных условий устойчивой конкурентоспособности вуза, на наш взгляд, является мониторинг – постоянное слежение и изучение конкурентной среды, систематическое наблюдение за главными и потенциальными конкурентами.

Для анализа конкурентоспособности вузов используют разнообразные методы статистики и экономики, разрабатывают специальные таблицы, в которых содержатся данные об образовательном учреждении и его основных конкурентах. Анализ материалов этих таблиц позволяет установить истинное положение образовательного учреждения на рынке, определить ключевые факторы успеха. Информация о конкурентах, сгруппированная по определенным показателям, позволяет образовательному учреждению лучше уяснить стратегию конкурентов.

Методы мониторинга зависят от объекта и задач, которые решает мониторинг. Отметим, что в образовании могут найти применение как традиционные методы управления качеством, так и методы прикладного статистического анализа, экспертное оценивание (как уже говорилось выше). Одним из наиболее распространенных методов исследования продолжает

оставаться опрос респондентов, который представляет собой вопросно-ответный метод сбора данных письменных или словесных сообщений респондентов.

Изучение образовательных услуг конкурента дает возможность выявить не только его, но и свои слабые и сильные стороны. Многие образовательные учреждения изучают и учитывают в своих профессиональных разработках достижения конкурентов, т. е. осуществляют бенчмаркинг – постоянно исследуют наилучшие практики, которые определяют наиболее высокую характеристику конкурентоспособности [2].

Повышение конкурентоспособности производно от ряда факторов, и среди них ведущая роль, безусловно, принадлежит качеству создаваемых образовательных услуг. Их востребованность на рынке высшего профессионального образования означает, что, рассматриваемые как продукт деятельности вуза, они обладают такими характеристиками, которые соответствуют ожиданиям потребителей. В данном случае принято говорить об удовлетворенности различных групп потребителей качеством образовательных услуг вуза. Мониторинг мнений потребителей образовательных услуг является, таким образом, одним из важных элементов внутривузовской системы менеджмента качества, благодаря которому на основе действующего механизма «обратной связи» в идеале происходит разработка своевременных и целенаправленных мероприятий.

Мониторинг конкурентоспособности учебное заведение может проводить в той нише рынка, в которой он функционирует, оценивая свое положение по отношению к основным конкурентам. Оценку конкурентоспособности следует осуществлять в комплексе по различным критериям, включая анализ слабых и сильных сторон. Так, для этих целей возможно использование методики, в основе которой положена традиционная методика оценки конкурентоспособности и адаптирована к образовательным учреждениям. Оценка способности образовательного учреждения конкурировать производится путем сопоставления параметров

(факторов) анализируемого образовательного учреждения с параметрами (факторами) учреждения конкурента. Для этого сначала составляется таблица анализа конкурентоспособности высшего учебного заведения по факторам, например, потенциал вуза; материально-техническая база; образовательная услуга; ценовая политика; каналы сбыта; продвижение образовательных услуг на рынке. Затем рассчитывается единый параметрический показатель конкурентоспособности по формуле [3].

Осуществление оценки конкурентоспособности, качества образовательных услуг достигает успеха при соблюдении следующих условий:

- признание администраторами всех уровней, профессорско-преподавательским и учебно-вспомогательным персоналом, студентами приоритетности качества образования в сфере ценностей вуза;

- готовность всех субъектов образовательного процесса к проведению мониторинга как непрерывного исследования на основе соблюдения принципов дополнительности и амбивалентности, позволяющих вовлечь в управление качеством всех субъектов образовательного процесса и определить место и роль каждого из них в этом взаимодействии;

- наличие у субъектов управления образовательным процессом способности объективно и адекватно воспринимать информацию, результаты и рекомендации мониторинга;

- создание интеллектуальных, организационных и технических предпосылок к проведению внутривузовского мониторинга.

Таким образом, проблема управления конкурентоспособностью вуза становится все более актуальной в связи с прогнозируемым демографическим спадом, следствием чего будет снижение спроса на образовательные услуги. Очевидно, что именно мониторинг, состоящий в постоянном отслеживании объекта управленческой деятельности, анализе его состояния и сопоставлении с заданными эталонами или целями, прогнозировании возможных изменений состояний объекта с целью оказания

управляющих воздействий, направленных на улучшение качества объекта, становится важным средством преодоления информационной недостаточности при принятии управленческих решений в повышении конкурентоспособности учебного заведения.

*\*Статья подготовлена в рамках выполнения государственного задания высшим учебным заведениям на 2012 год, № 6.2744.2011 «Социологический мониторинг внутриуниверситетской среды как условие обеспечения качества образовательного процесса».*

#### Литература

1. Фатхутдинов, Р.А. Производственный менеджмент / Р.А. Фатхутдинов. – М.: Инфра-М, 2003.
2. Лукина, А.В. Создание конкурентного преимущества на основе дифференциации / А.В. Лукина, А.А. Лукин // Маркетинг в России и за рубежом. – 2007. – № 3.
3. Корчагова, Л.А. Оценка конкурентоспособности вуза [Электронный ресурс] / Л.А. Корчагова // Режим доступа к изд.: <http://referent.mubint.ru> – Систем. требования: IBM PC, Internet Explorer.

Юрьев П.С.,  
г. Москва

#### ТРУДНОСТИ ОБУЧЕНИЯ МИГРАНТОВ РУССКОМУ ЯЗЫКУ, ИХ ПРИЧИНЫ И ВОЗМОЖНЫЕ ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМЫ

Проблемы языковой культуры, поддержки и защиты русского языка как национального достояния, в последнее время занимают все более заметное место в общественном сознании россиян. Многие деятели культуры, науки и образования хотят содействовать решению этих вопросов.